Senato
della Repubblica

Biblioteca del Senato
“Giovanni Spadolini”

Il futuro dei libri

Il libro, la televisione, i giornali

Secondo Seminario
Roma, 27 novembre 2015

Senato
della Repubblica

Biblioteca del Senato
"Giovanni Spadolini"

Il futuro dei libri
Il libro, la televisione, i giornali

Secondo Seminario
Roma, 27 novembre 2015

Secondo Seminario

Il libro, la televisione, i giornali

Roma, 27 novembre 2015

Sala Capitolare
Chiostro del Convento di Santa Maria sopra Minerva

Moderatore

Lucio Romano

Partecipanti

Marino Sinibaldi

Giulio Giorello

Monica Maggioni

Giovanni Valentini

Marco Malvaldi

Diego Guida

Giorgio Bogi

Il Dibattito

* Gli interventi contrassegnati con l’asterisco non sono stati rivisti dai relatori.

LUCIO ROMANO. Un saluto di calorosa accoglienza e ringraziamento agli illustri relatori che hanno accolto l'invito a trattare un tema attuale nonché rilevante per lo sviluppo culturale e civile. Saluto tutti e ognuno dei partecipanti, in particolare la folta rappresentanza di docenti e studenti.

Con l'incontro di oggi "Il libro, la televisione, i giornali" prosegue il ciclo dei seminari dedicati al futuro dei libri, promosso da Sergio Zavoli, Presidente della Commissione per la Biblioteca e l'Archivio storico del Senato. Nel precedente è stato trattato il tema "Il libro e il mercato editoriale: nuove forme e nuove strategie". Il ciclo di seminari si concluderà con il prossimo che verterà sul libro digitale.

In un'epoca nella quale grandi cambiamenti stanno investendo il libro nella sua natura materiale e nella sua funzione di veicolo di cultura, da più parti si sente parlare di morte del libro e di crisi del mercato editoriale. Imprescindibile, pertanto, approfondire anche il tema del rapporto tra libro, televisione e giornali, soffermandosi in particolare sugli aspetti inerenti

la comparsa di nuovi mezzi di comunicazione che sollevano il rischio di mettere in crisi quelli già esistenti.

In particolare si analizzerà il ruolo dei giornali e della televisione rispetto alla crisi del libro e della lettura, ossia da un lato quanto giornali e televisione siano in qualche modo e almeno parzialmente la causa, in quanto competitori, e quanto invece possano diventare strumenti di promozione. Non si passerà sotto silenzio neppure la forte competizione che tutti i media tradizionali (dunque il libro, ma anche i giornali e la televisione) subiscono da parte della rete e si valuteranno possibili alleanze e strategie che essi possano mettere congiuntamente in campo per ritagliarsi un ruolo significativo in uno scenario mutato. Ancora, un approfondimento circa i vari mezzi che fanno e veicolano cultura in un contesto globalizzato. Un tema decisamente attuale.

Rinnovo il benvenuto ai relatori: Monica Maggioni, Giorgio Bogi, Giulio Giorello, Diego Guida, Marco Malvaldi, Marino Sinibaldi, Giovanni Valentini. Il primo a intervenire è Marino Sinibaldi: giornalista, saggista e critico letterario; attualmente direttore di Radio3; autore e conduttore di tanti e molto apprezzati programmi radiofonici e televisivi; curatore di rassegne culturali; membro del Coordinamento per il Piano nazionale di promozione della lettura istituito

dal MiBACT. A Sinibaldi, una iniziale riflessione di insieme sul tema “libri e comunicazione radiofonica”: se esistono adeguate sinergie, ragionevolmente da implementare, viceversa se ci sono contrapposizioni.

*Marino Sinibaldi. La mia presentazione è un po’ strana perché io adesso mi occupo soprattutto di radio, quindi potrei dire che sul tema del libro, della televisione e dei giornali mi sento un po’ un intruso. Per la verità, nella mia presunzione mi sento un innocente, nel senso che, visto che il tema è “il libro, la televisione e i giornali”, questo triangolo diciamo critico e, come tutti i triangoli per la verità, difficile da tenere in piedi, potrei cavarmela dicendo la radio è innocente, soprattutto una radio come Radio 3, piena di libri e letture. In realtà lo vedo come un punto di osservazione che può contribuire al dibattito.

Sono grato al Presidente e a tutti voi che organizzate questi incontri, perché è una riflessione non sommaria, visto che siamo in molti a parlare, e non episodica, perché inserita dentro una serie di momenti che prendono sul serio un tema che effettivamente è molto serio. Dicevo, appunto, che mi sono occupato in realtà di libri, scrivendo molto e facendo anche dei tentativi televisivi. Allora vorrei dire una cosa sintetica, che non vorrebbe essere provocatoria, ma che

probabilmente lo è: la principale difficoltà di parlare di libri attraverso i giornali e nella televisione sta in una ragione un po' strutturale, di linguaggio. Per dirla con una sintesi, i giornali sono troppo simili ai libri, la televisione è troppo differente dai libri. Proprio dal punto di vista del contenuto, della struttura, di ciò di cui sono fatti, i giornali sono, per così dire, troppo vicini ai libri e la televisione, per sua natura e per il linguaggio che ha, è troppo lontana. È un po' il paradosso dei porcospini che sembra non si possano amare perché da vicino si feriscono e se si allontanano si ignorano.

Al di là della battuta, è proprio un problema di linguaggi per i quali, per esempio, i libri sui giornali sono soprattutto recensioni, a volte interviste, spesso anticipazioni. C'è una tautologia, è una cosa simile, identica al libro, fatta delle stesse cose, le parole, tanto che ormai la natura dei libri e dei giornali si è quasi contaminata. Ci sono articoli talmente lunghi sui giornali che potrebbero essere dei pamphlet e ci sono dei pamphlet, diciamo, talmente superficiali, mi scuso per il termine, ma che potrebbero essere degli articoli dei giornali. La televisione è il contrario, per sua natura ha un linguaggio che è difficile contaminare col linguaggio del libro. Abbiamo fatto molti tentativi negli anni alla Rai. A un certo punto partecipai anche a

delle specie di commissioni in cui ci facevano vedere molti prodotti europei e testavamo dei prodotti italiani. C'è una difficoltà che, secondo me, al di là delle intenzioni, diciamo delle responsabilità o delle distrazioni, sta proprio in una difficile contaminazione dei due linguaggi.

La Rai, nonostante le accuse, di tentativi ne ha fatti diversi, anche generosi, anche intelligenti. Il tentativo più recente è quello di *Masterpiece*, tanto criticato, che era quella specie di *talent show*, di gara che aveva a che fare con la scrittura di un libro. Era un tentativo molto ben intenzionato, lo posso garantire. Se ne è occupata la rete televisiva gemella, ma lo abbiamo molto seguito e aveva tutti gli ingredienti: delle storie, della personalizzazione, che è un ingrediente fortissimo, e lo dico davanti al Presidente che ha realizzato questa capacità in anni in cui nemmeno si parlava di giornalismo immersivo, come si fa oggi, ma già lo faceva, e non solo perché andava nel Polesine – dove, ahimé, era "immersivo" per forza, perché stavano tutti sott'acqua.

Insomma, quel progetto aveva tutto: l'elemento delle storie, della personalizzazione, della singolarità delle vite raccontate, anche della loro eccentricità, e aveva l'elemento della gara, sì, del *talent* – davanti al Presidente devo dire *talent*, però noi diciamo gara,

competizione – quindi aveva gli elementi che fanno la fortuna di tutti i programmi. Cosa succedeva poi? Che quando i ragazzi che concorrevano leggevano il libro qualcosa crollava. Purtroppo crollava anche l'audience e quindi credo sia difficile riproporre quel progetto, perché quello non è linguaggio televisivo.

La lettura di un libro, le parole di un libro così simili appunto, talmente identiche al giornale da provocare il paradosso che giornale e libro sono quasi indistinguibili, in televisione invece provocavano uno strappo, uno strappo diciamo dell'immaginario, uno strappo della percezione che allontana, come il porcospino appunto, l'ascoltatore o lo spettatore da quella cosa lì. Questo è un problema vero. Non è facile cavarsela dicendo adesso – non so se lo scopo di questa riunione è questo – "fate parlare dei libri in televisione!". Perché non basta l'intenzione, bisogna trovare modi, linguaggi, formati (e anche qui usiamo la parola italiana e non l'omologo intimidatorio anglosassone) non che attirino il pubblico – ovviamente avere pubblico è necessario per chiunque, soprattutto per il servizio pubblico, che non può ignorare il fatto che deve avere pubblico –, ma perché dal libro scaturisca qualcosa.

Noi dobbiamo rispondere alla domanda: perché vogliamo parlare di libri? Cosa c'è che ci fa voler bene

ai libri? Geniale, effettivamente, qualcosa che c'è nei libri e non c'è altrove: degli elementi di narrazione, di riflessione, di profondità. E allora bisogna trovare il linguaggio all'altezza di questa natura dei libri e di questo scopo dei libri, altrimenti la pura intenzione non basta e si perde. E questo è un po' il problema: perché voler bene ai libri? Perché hanno delle dimensioni, ci invitano a delle esperienze di immersione nella vita degli altri, nelle storie di un'altra epoca, nelle storie di un altro tempo – capirete che sto alludendo a una necessità sempre importante, ma tanto più forte in questi giorni, di capire l'altro – anche nei momenti in cui queste differenze si propongono nei modi più drammatici. È lì che servono i libri, che serve una profondità particolare, un'ampiezza particolare. Come restituirla? Ecco, è questo il vero problema.

Qui, con un po' di modestia, potremmo dire che alla radio ci sono esperienze diverse che vanno proprio in questa direzione: restituire l'ampiezza che un libro ha, perché un libro è fatto di molte cose. La lettura dei libri, se la vogliamo proporre, o, per usare un verbo ambiguo e non bellissimo, promuovere, lo facciamo non solo perché abbiamo a cuore l'industria editoriale (devo dirlo avendo qua gli editori), ma perché abbiamo a cuore quello che c'è dentro i libri, quell'elemento di conoscenza particolare, di emozione

particolare, di esperienza che c'è solo nei libri, quell'elemento di profondità e di ampiezza che c'è solo nei libri. Credo che la vera fortuna della radio sia stata quella di poter praticare tutti questi modi diversi.

Noi non parliamo dei libri solo leggendoli, c'è una fortunata trasmissione che li legge a puntate e, devo dire, è una delle cose – dice la rete – di maggior successo e più scaricate, ma anche proponendo i libri come elemento di gioco, di scambio. Abbiamo uno scambio di libri che va avanti da quando la parola *share* neanche c'era, noi condividevamo i libri nel '95 (adesso c'è la *share economy*). Non c'era nemmeno questa idea. A qualcuno – non a me, quindi posso dirlo con serenità – è venuta la geniale idea di dire: "ma perché non facciamo che se uno cerca un libro lo dice in onda e l'altro lo ritrova?". E questo accade dal 1995, tutti i giorni.

In quel caso scateni un livello di emozione, di appartenenza al libro, di identificazione molto maggiore che se io recensisco il libro e dico: "È meraviglioso!". Se io recensisco un libro e dico: "È meraviglioso!" sono uno che recensisce libri di mestiere e dice: "È meraviglioso!". Ma se la signora Monica chiama da Brescia e dice: "io vorrei possedere quel libro", pure se è un libro fesso, e guardate che molti dei libri che abbiamo cercato in questi anni sono delle

fesserie, quel libro assume una potenza emotiva, un valore, una qualità, perché quella persona gli vuole talmente bene che lo cerca, lo cerca da anni, chiama la radio.

Ho fatto degli esempi. Facciamo persino dei giochi sui libri, che servono in realtà a parlare dei libri e naturalmente facciamo lunghe discussioni sui libri, intervistiamo gli autori, perché secondo me solo questa differenza di linguaggi può creare una certa vicinanza tra due cose comunque diverse, il linguaggio orale della radio e quello scritto dei libri. Solo questa ampiezza di registri può avvicinare due linguaggi così diversi che non possono essere solo sovrapposti, altrimenti si crea il paradosso dei giornali che pubblicano l'anticipazione del libro, e a me sembra una delle cose più sciocche di tutti i tempi, cioè che qualcuno pubblichi un pezzo di un libro scritto come il libro, esattamente come il libro. Poi magari uno se lo compra, ma è una pratica che sta rallentando, perché tutti si sono resi conto che in realtà sono due mezzi che si indeboliscono a vicenda, uno anticipando l'altro e l'altro dicendo: "io sono più completo dell'anticipazione che tu hai proposto sul giornale".

Tutto questo serve naturalmente in un momento particolare – e qui non mi dilungo perché non ho voglia di cavalcare l'attualità –, in cui capire, avere

possibilità diverse di comprensione, è necessario non più per la salute della nostra industria editoriale o della nostra felicità di lettori, ma per la nostra natura di cittadini. Letteralmente per sopravvivere è necessario capire e quindi avere a disposizione questa ampiezza che solo i libri ci danno. Perché il web – per fortuna non c'è anche il web all'ordine del giorno, altrimenti l'invito a parlare entro un quarto d'ora sarebbe stato omicida – sta cambiando radicalmente la circolazione dei libri, con il fatto che ci siano tanti recensori cosiddetti "dilettanti". Uso tra virgolette questa parola perché mi sembra spregiativa e perché ricordo un bellissimo passo di Orwell che diceva, tanto era stufo dei recensori professionali anglosassoni degli anni Trenta che non lo capivano, che sognava dei recensori dilettanti. Orwell non immaginava che saremmo stati travolti dai recensori dilettanti, ma la frase di Orwell mi ha immunizzato dal considerare i cosiddetti recensori dilettanti degli stupidi.

Abbiamo varie sfide: oltre a quella del web, quella della comprensione del mondo, e un'altra che accenno in pochi secondi, cioè che stanno cambiando i libri. Me ne sono portati due dietro – apprezzate almeno la fatica perché sono anche voluminosi – perché mi sono accorto che i due libri più belli che ho

letto in questi mesi, e ne ho letti di belli, sono due libri strani, quasi non libri. Le tecnologie consentono, come sa Guida, di produrre libri complessi a meno soldi e con più rapidità, una cosa un tempo impossibile.

La pressione degli altri linguaggi è interessante, cioè la nostra abitudine a sentire, adeguarci a messaggi diversi che rende possibile fare libri come questo, che è un almanacco, non so come definirlo, sulla storia del manicomio di Trieste, la famosa epopea di Basaglia. Dico famosa perché su quello sembrava si fosse detto tutto, anche grazie alla magnifica serie televisiva *C'era una volta la città dei matti* e ai tanti libri che sono usciti sull'argomento. Ecco, loro hanno pubblicato un almanacco, che è un genere stranissimo, dentro c'è una montagna di cose diverse: articoli di giornale, fotocopie di interviste, naturalmente la ricostruzione cronologica, documenti, frammenti di testi filosofici che sembrano non entrarci nulla, diagrammi, fotografie bellissime, che da sole valgono il libro. Ecco, come parlare di un libro del genere?

Quest'altra è una bellissima iniziativa che va avanti da anni, è l'annuario che ogni anno Save the Children pubblica sulla condizione infantile in Italia. In realtà non è un libro sulla condizione infantile in Italia, è un libro sull'Italia, in cui c'è una marea di cose, storie di vita, diagrammi, una serie di mappe

impossibili da dire a parole, pure qui volantini, un viaggio fotografico (il fotografo mi sembra si chiami Riccardo Venturi) che, pure questo, da solo vale il libro. Come si fa a parlare con i linguaggi che abbiamo oggi di questi libri, di questa nuova produzione? Eppure questa è, se esiste, una via di uscita anche dalla crisi del libro, qualcosa che trasforma non *Madame Bovary*, che leggeremo sempre nella sua forma libro di un tempo, ma trasforma l'idea del libro in un modo che lo rende non più un altro tempo rispetto alle sensibilità contemporanee.

Questa secondo me è la sfida, la pressione importante a usare libri per capire, confrontarci, immedesimarci, immaginare. L'identificazione, l'immedesimazione e l'immaginazione sono nel libro. Ma la sfida è anche reagire a una trasformazione che esiste, cioè evitare che il libro appaia come un oggetto che non è mai stato, perché si è sempre trasformato nella sua storia, cioè sterilizzato nella sua forma tradizionale. Trovare le forme di linguaggio è la sfida che affrontiamo un po' quotidianamente e proporre delle soluzioni adesso forse è prematuro, perché è una sfida ancora aperta. L'importante per me è questo, non parlare dei libri, non fare una trasmissione sui libri, ma fare trasmissioni con i libri, cioè usare i libri per fare trasmissioni, non rimuoverli e, soprattutto, non par-

lare di libri, ma far parlare i libri, far capire quanto i libri possono parlare a noi, quante cose possono dirci della nostra quotidianità e anche dell'epocalità delle sfide che viviamo.

Lucio Romano. Sinibaldi ha lanciato un assist per l'intervento del professor Giulio Giorello in ragione dell'attenzione posta sul tema linguaggio, sulle caratteristiche proprie e sulle difficoltà strutturali nel parlare di libri attraverso i giornali e la televisione: giornali troppo simili ai libri, televisione troppo differente dai libri. Da un lato una sorta di contaminazione tra libri e giornali, fatta delle stesse cose, delle stesse parole, fino a provocare il paradosso che giornale e libro sono quasi indistinguibili. Al contrario, la televisione per sua natura ha un linguaggio difficilmente contaminabile col linguaggio del libro, fino a provocare uno strappo che allontana l'ascoltatore o lo spettatore. Insomma: bisogna trovare modi e linguaggi formati, all'altezza di questa natura dei libri e di questo scopo dei libri, altrimenti la pura intenzione non basta e si perde.

Introduco il professor Giulio Giorello, ordinario di Filosofia della scienza presso l'Università degli studi di Milano, epistemologo. Dirige presso Raffaello Cortina editore la collana Scienza e idee;

editorialista del Corriere della Sera. Già Presidente della Società di logica e filosofia delle scienze. Ha svolto un ruolo critico nel dibattito sulle proposte metodologiche e antimetodologiche di Popper, Kuhn, Feyerabend e Lakatos. Ha ripreso temi e problemi della concezione individualistica e libertaria della società, con riguardo alle concezioni di B. Spinoza, J. S. Mill e K. R. Popper. Al professor Giorello va il mio particolare ringraziamento per il rilevante contributo che offre nella ricerca, nella didattica e, comunque, nella fondativa speculazione filosofica inerente i rapporti tecnica-antropologia. Eloquente, nella titolazione e direi anche simbolicamente adeguato per le modalità dei nostri seminari, un suo ultimo libro, condiviso con Edoardo Boncinelli: *Noi che abbiamo l'animo libero*.

*Giulio Giorello. Grazie Senatore per questa presentazione fin troppo elogiativa, e grazie al Presidente Zavoli per l'invito in questa sede. Da dove cominciare per parlare della complicità tra televisione, giornali e libri? Forse anche da casi della cronaca recente dove giornali, libri, televisione si son trovati coinvolti, per esempio i recenti fatti di Parigi, e si sono trovati, come dire, messi di fronte alla rapidità con cui l'informazione è girata nella rete.

Per esempio, tanto per fare un caso, la consultazione di *Le Monde* in Francia non è stata fatta per sapere come sono andati i fatti; non è stata fatta, come di solito succede, per capire le ragioni dei fatti espressi in un commento, ma per andare a vedere cosa *Le Monde* aveva messo nel suo sito, e questo è un elemento importante. Anche la stessa televisione francese è rimasta fuori dal Bataclan, mentre sono andate in rete le riprese fatte con i cellulari in cui si è visto cosa succedeva all'interno. Il che mi fa pensare che oggi uno degli elementi più forti è, non dico la concorrenza, ma forse la complementarietà, appunto, e come la rete fa viaggiare l'informazione e come questa può circolare.

Allora, nel riprendere gli esempi fatti da Marino Sinibaldi, qual è l'elemento comune a televisione, giornali e libri, pur nelle differenze specifiche del linguaggio? Io direi che curiosamente, prima ancora che nascesse la rete, ma quando sono state messe le premesse intellettuali da cui poi la rete è derivata, il grande matematico e ingegnere Claude Shannon, creatore della teoria dell'informazione, aveva definito il suo stesso lavoro come il tentativo di trasmettere da un posto all'altro, o da un tempo all'altro, che cosa? L'*intelligence*, quindi non tanto – non solo – informazione, ma "intelligenza".

Ora, il termine intelligenza ha una doppia accezione. Vuol dire capacità di capire, ma vuol dire anche capacità di informare in modo utile e pregnante. Machiavelli usa intelligenza in questo secondo senso, “adesso vorrei avere intelligenze vostre” dice in una lettera diplomatica. E così Carlo Cattaneo “vorremmo sapere di più delle vostre intelligenze”, cioè delle vostre informazioni. Ma perché è bello usare questa parola intelligenza? Perché la grande sfida che, con linguaggi diversi, hanno di fronte i tre modi di comunicazione di cui abbiamo parlato, libro, televisione e giornali, è proprio quella di comunicare intelligenza se funziona la complicità, sennò la complicità diventa la caricatura di se stessa.

Cerco di spiegarmi con un esempio che ho rubato dal bellissimo libro *Argento vivo* dell’amico Marco Malvaldi, che trovo delizioso. Come mai c’è una correlazione tra l’aumento delle vendite dei gelati e gli incendi? Domanda molto pregnante, però attenzione a non saltare a delle conclusioni di carattere causale, perché qualche politico potrebbe pensare che per fermare la piaga degli incendi è meglio vietare la fabbricazione e la vendita dei gelati. La ragione è molto più semplice: gelati e incendi aumentano quando fa caldo e quindi sono legati ad un elemento comune, che è appunto l’aumento della temperatura.

Ma è lì il legame, non è a valle tra i gelati e gli incendi.

Questo può sembrare un esempio di puro buon senso, ma secondo me è un elemento fondamentale dell'informazione come intelligenza. E permettetemi una citazione colta, ma è semplicemente perché è estremamente illuminante come spunto. Il matematico, fisico e anche filosofo Hermann Weyl, uno dei grandi della cultura degli anni '20 e '30, il maestro poi di gente come Shannon e come Vannevar Bush – che era la persona cui Shannon si indirizzava nello spiegare la sua idea della comunicazione dell'intelligenza – Weyl, che è stato anche in qualche senso, indirettamente, il maestro di Alan Turing, diceva una cosa molto bella nel 1925, molti anni fa apparentemente: "Le teorie permettono alla coscienza di saltare al di là della propria ombra, cioè di rappresentare quello che è al di là dell'ombra, anche se talvolta servendosi solo di simboli". Di che cosa? Di numeri, 0-1, di lettere dell'alfabeto, di figure elementari con cui poi comporre delle figure più complesse. Questa è l'importanza del pensiero teorico e questo è fondamentale proprio nel senso che Sinibaldi diceva prima, e cioè nella comunicazione della conoscenza.

La conoscenza è un elemento fondamentale della comunicazione ed è molto delicato il modo con

cui poi viene presentata dai giornali o nella TV. Io detesto il termine volgarizzazione e divulgazione, preferisco parlare di pubblica comprensione della conoscenza, ma d'altra parte c'è il contrario, c'è la potenza del mezzo tecnico che condiziona fortemente, se non i contenuti, certo il taglio che noi diamo ai contenuti che comunichiamo. Questo è chiarissimo già con l'invenzione della stampa. Lutero diceva: "senza stampa, niente Riforma protestante". Forse esagerava. Galileo pensava: "senza i 24 caratteruzzi dell'alfabeto, niente impresa scientifica". Senza il fatto che la stampa permise di fare dei librettini molto piccoli che i soldati di Cromwell si tenevano sul cappello, legati al cappello nero dei puritani, niente rivoluzione inglese, niente esperimento repubblicano in Inghilterra, l'unico che finora è stato tentato in quel Paese.

Quindi si può sottolineare l'importanza di strumenti molto potenti dal punto di vista tecnico e la questione appunto della tecnologia sottostante – e la televisione di Stato è stato uno dei grandi momenti di unificazione di questo paese, del modo con cui questo paese ha riflettuto sulla sua stessa storia (e Sergio Zavoli in questo è un maestro per tutti noi). E sarebbe bello che si riuscisse in questa complicità delle ombre, cioè della rappresentazione delle cose, ad avere una divisione dei ruoli in cui alla fine televisione, giornali

e libri riescano a coesistere senza divorarsi l'un l'altro, senza entrare in forme di competizione molto drammatiche, ma invece costruttive per tutti. Succede? Non lo so, me lo domando: "se un autore che scrive libri molto intelligenti nonostante questo ha successo in Italia". È la battuta paradossale di un *editor* sempre dal romanzo di Malvaldi che citavo prima.

D'altra parte il libro cosa può darci? Ci dà la teoria, ci dà il modo di vedere quello che apparentemente è scollegato, oppure distrugge con l'atteggiamento critico i collegamenti fatti male: come pensare appunto che reprimere la vendita dei gelati possa far desistere i piromani dalle loro criminose attività. Quindi il libro può fare questo, fa teoria nel senso che ci fa vedere con gli occhi della mente cosa si può costruire.

La televisione ci dà invece quello che noi vediamo con gli occhi, l'immagine. Le immagini, diceva Giordano Bruno, sono le ombre delle idee, però senza le ombre non capiremmo nulla, quindi il lavoro che può fare la televisione secondo me è preziosissimo. Forse andrebbe fatto in modi diversi, forse può permettersi anche dei recuperi culturali molto importanti; per esempio può farci vedere com'è o com'era Palmira prima che una banda di cialtroni si mettesse a devastare questo patrimonio dell'umanità. Può farci vedere molte cose. Può indicarci un mondo virtuale

che abbiamo perduto, ma che vogliamo almeno mantenere nella nostra memoria.

Sotto questo profilo i giornali restano ancora un modo importante di organizzare la nostra memoria. E con questo mi avvierei non a una conclusione, ma a un suggerimento. La memoria normalmente è attribuita al passato: è quella che ci dà la nostra identità – è vero, queste sono cose note, le dicevano già Baruch Spinoza e David Hume tra '600 e '700. Però la memoria è qualcosa di più e di meno, perché se noi fossimo semplicemente prigionieri del ricordo, la nostra vita sarebbe orribile. In Irlanda si dice la "tirannia dei morti" quando uno è troppo legato alle proprie radici e in nome delle proprie radici magari fa fuori a pistolettate il vicino o il lontano, a seconda dei gusti. Invece ogni tanto dobbiamo, proprio per avere consapevolezza del presente, dimenticare qualcosa del nostro passato, selezionare nel nostro passato e proiettare tutto questo nel futuro.

Io non so se i giornali siano in grado di fare questo. Da lettore esigente questo vorrei nei giornali. Però dopo avrei quella seconda battuta, la controparte di questa, che potrebbe sembrare e forse è un'utopia: ricordare quanto già si diceva nel Trecento (era una bella frase di un grammatico trecentesco che tanto piaceva al mio amico e maestro Jaques Le Goff) e cioè

che "la memoria è certo ricordo del passato, ma è anche consapevolezza del presente e anticipazione del futuro, con tutti i rischi che questo ha, perché possiamo continuamente sbagliarci". E allora il confronto, per esempio tra libri e giornali, e, come dire, il banco di prova sull'immagine, possono aumentare quel senso critico che è una delle poche cose che ci distingue da forme rinnovate di barbarie.

LUCIO ROMANO. Grazie professor Giorello. C'è un aspetto nel suo intervento che vorrei rimarcare, anche perché funzionale alla introduzione della prossima relazione di Monica Maggioni. Mi riferisco alla coniugazione della complicità tra televisione-giornali-libri attraverso la così definita "pubblica comprensione della conoscenza", che richiede intelligenza nella doppia accezione: capacità di capire e capacità di informare in modo utile e pregnante. La grande sfida che, con linguaggi diversi, hanno di fronte i tre modi di comunicazione – libro, televisione, giornali – è proprio quella di comunicare intelligenza se funziona la complicità, sennò la complicità diventa la caricatura di se stessa. È vero che il libro fa guardare con gli occhi della mente ma la televisione, attraverso la visione delle immagini, può svolgere un ruolo certamente non secondario, come ha ribadito Giorello

citando, tra l'altro, Giordano Bruno dal *De umbris idearum (Le ombre delle idee):* "Quest'ombra, pur non essendo verità, deriva tuttavia dalla verità e conduce alla verità; di conseguenza, non devi credere che in essa sia insito l'errore, ma che vi sia il nascondiglio del vero." Come anticipato, chiedo di intervenire a Monica Maggioni, Presidente della RAI che Sergio Zavoli ha definito il più grande laboratorio civile e culturale del Paese.

Monica Maggioni. Per me, i libri in televisione non c'entrano niente con le trasmissioni sui libri.

Le trasmissioni sui libri sono un accidente, una realtà che accade senza avere nulla a che vedere con i libri in televisione.

Non si tratta di identificare un luogo fisico in cui mettere i libri, studiare un *format* per i libri. Il *format* per i libri è un oggetto come un altro; i libri in televisione, invece, sono un'altra cosa. Il tema più importante è dunque quale ruolo abbiano i libri nella nostra esperienza di comprensione e intelligenza del reale.

La televisione e la radio sono terribilmente importanti, e io le considero un insieme. Però, oggi, la comunicazione si sta spostando verso altri luoghi in cui quelle esperienze, la televisione e la radio, sono

solo due dei veicoli con cui costruiamo il nostro rapporto con il reale. Giulio Giorello faceva notare che dentro Bataclan non c'erano la radio o la televisione ufficiali: c'erano i telefonini, e noi andavamo sul sito di *Le Monde* non per leggere l'editoriale di qualcuno, non solo – aggiungerei – per leggere l'editoriale o il servizio come avremmo fatto in altre epoche, ma per vedere cosa ci veniva dato in più, quali contenuti ulteriori.

Allora, secondo me, ragionare sul rapporto con i libri oggi significa mettere il libro lì in mezzo, rispetto a quella ristrutturazione di universo; significa comprendere come il libro si ponga, se serva una nostra azione o se invece il libro non sia già lì in mezzo, nella costruzione di questa intelligenza.

C'è una sorta di asse del tempo che permette di capire la logica per cui il libro è lì, e rimane centrale. L'asse del tempo è quello per cui l'informazione, le notizie, la comprensione delle cose e dei fenomeni accadono sempre più velocemente. Qualcuno, anni fa, ci voleva spiegare che questa accelerazione avrebbe comportato, per esempio, la fine del giornalista, perché si va più veloci, perché si moltiplicano le fonti, ecc. Bene, quello che la realtà ci sta dimostrando è esattamente l'opposto, perché all'interno di un contesto così diluito, così diffuso, così privo di punti di rife-

rimento per la comprensione dell'esistente, chi si mette lì torna a essere centrale, molto più di quanto poteva essere qualche anno fa; purché abbia alcune caratteristiche specifiche: l'*accountability,* che crea la possibilità di essere creduto: responsabile di quanto sta dicendo e quindi riconoscibile come punto di riferimento.

Allora forse il problema è capire come si possa ricostruire questa nuova geografia, che tutti insieme cerchiamo di esplorare; perché nessuno ha un modello pronto, che dia certezza di comportamento e di azione. Io, pur venendo da un'esperienza di vita e di racconto fatta di velocità, e quotidiana, della televisione che produce e si consuma in un istante, ho sempre amato profondamente il documentario.

Ho lavorato moltissimo sul documentario e mi sono resa conto che fisicamente il mio atteggiamento mentre faccio un documentario è lo stesso di quando scrivo un libro.

Allora è chiaro che mi sono messa a ragionare su che cosa questo voglia dire: alla fine, vuol dire che in tanto correre c'è veramente bisogno di arrivare a un certo punto nel luogo in cui i tanti elementi del reale fanno teoria, come dice Giulio Giorello.

Il momento in cui uno si ferma e cerca di capire qualcosa che sottostà all'esperienza, che si muove al di

là della dimensione del consumo dell'esperienza. E in quel punto in cui si fa teoria si capiscono molte più cose: si capisce perché, per esempio, i jihadisti dell'ultima ora non leggono i libri. Quasi nessuno di loro ha letto un Corano intero; meno ancora ha letto una teorizzazione teologica sul Corano, come invece ce ne sono moltissime, perché parte integrante dell'Islam e dello studio islamico sono proprio la teorizzazione profonda, lo studio teologico serio e approfondito, le grandi università, Azam nel mondo sunnita, Qom nel mondo sciita.

Nulla di tutto questo c'è nell'esperienza jihadista contemporanea. Perché?

Insieme ad un gruppo di ricercatori abbiamo realizzato un anno fa, e adesso riattualizzato, una serie di saggi su Twitter e Jihad.

Perché? Perché c'è una singolare corrispondenza tra il modo in cui queste persone hanno strutturato i propri percorsi di studio e comunicazione prima e poi di azione.

Noi siamo di fronte ad azioni totalmente frammentate, che non rispondono a gerarchie precise, né a impianti teorici significativi. Siamo di fronte ad azioni minuscole, ispirate da slogan e con una profondità teorica praticamente nulla. A molti di questi ragazzi, quando andavano a fare l'esperienza in Siria, è stato

trovato nei bagagli un librino – avete presente tutta la serie dei *for dummies*, "per gli stupidi", tipo "la matematica per gli stupidi" – un Corano *for dummies*, cioè gli slogan del Corano che servono a supportare quanto basta per poter dire delle cose jihadiste.

Allora cosa c'entra in tutta questa premessa il libro? Secondo me chi dice: "il libro è finito, il web è sufficiente" farà la stessa fine di chi prediceva la fine del giornalismo. È un po' come dire "è la fine del pensiero articolato", oppure "è la fine del pensiero profondo".

Perché il libro allora viene molto prima delle trasmissioni sui libri? Perché è un pezzo di questo percorso di costruzione del nostro rapporto con l'esistente. Una cosa di cui abbiamo un bisogno straordinario. Quindi è necessario capire dov'è il punto d'incontro, il punto centrale nella riarticolazione di tutte queste modalità di comunicazione, di studio e d'indagine.

Il punto d'incontro non è nell'oggetto, nel parlare del libro, ma nel rendersi conto che se io oggi voglio raccontare le crisi contemporanee, o il jihadismo, o qualsiasi altra cosa, non posso più farlo solo in televisione, con un *talk show*. Quella che viene definita "la crisi del *talk show*" è una crisi di un tipo di racconto. Non è semplicemente il discorso su come la

politica sia fatta bene o male; il problema è che quel modo di raccontare non produce più senso.

Allora nel tentare di riprodurre senso il libro c'entra esattamente. Dobbiamo guardarlo per quello che contiene, non per la forma che assume, sapendo e facendo pace con il fatto che le forme di comunicazione ormai non solo sono molteplici, ma rimarranno molteplici e lo diventeranno ancora di più. Il nostro modo di lavorare, quello sì, diventerà un punto centrale di questo percorso: nel momento stesso in cui capiremo che non esiste più solo il "servizio televisivo", esiste un pezzo di realtà che si comunica attraverso diverse piattaforme e – a seconda di quale sia la forma dominante che ha assunto – dialogherà con una o l'altra delle piattaforme disponibili là fuori.

Tutto questo per dire che in un'epoca in cui ricostruire il senso delle cose è fondamentale, anche il come delle cose è fondamentale, i linguaggi scelti sono fondamentali e in questo il libro può essere preziosissimo.

Nel momento in cui – e qui torno al mio ruolo di Presidente della RAI – ci stiamo spostando verso una riflessione profondissima sul non essere più solo azienda televisiva, radiotelevisiva, ma essere multipiattaforma – perché è la tecnologia che determina quello che siamo – allora dobbiamo capire che raccon-

tare la realtà oggi significa usare la *diretta-flash,* le *all news,* i tweet e anche il libro, il più profondo, il più lento, il più intenso su quello stesso argomento.

Se riusciremo a costruire questa catena di produzione del senso non ci sarà più la questione di essere un libro o essere un tweet. Saranno due momenti diversi in questa linea del tempo il cui obiettivo è – per il servizio pubblico – la costruzione di intelligenza e condivisione di senso. Una intelligenza che poi arriva alle persone e le rende un po' più cittadini.

Sarà una idea po' *old-fashioned* ma io in questo credo molto.

Lucio Romano. Grazie Presidente Maggioni, anche per l'approfondita analisi sui linguaggi attuali e sul futuro delle diverse forme di comunicazione, sulla ineludibile rilevanza della lettura. Nella descrizione dell'oggi, ha sottolineato che non esiste più il "pezzo televisivo", usando il linguaggio del giornalista, ma un pezzo che si comunica attraverso diverse piattaforme e, a seconda di quale sia la parte dominante in termini di forma che ha assunto, dialogherà con una o un'altra delle piattaforme che ci sono. E il libro? Il libro c'entra esattamente, dobbiamo guardarlo per quello che c'è dentro, non per la forma che assume, sapendo e facendo pace con il fatto che le forme ormai

non solo sono molteplici, ma rimarranno molteplici e lo diventeranno ancora di più.

Così per la RAI è stata sottolineata l'esigenza di una riflessione che la conduca a non essere più solo azienda radiotelevisiva ma azienda multipiattaforma, nella costruzione di quella condivisione di senso e di intelligenza, nel caso del servizio pubblico, che poi arriva alle persone e le fa anche un po' più cittadini. Ritengo che la prospettiva delineata da Monica Maggioni possa configurare nuovi indirizzi per comporre l'auspicata complicità tra televisione, giornali e libri.

Segue l'intervento di Giovanni Valentini. Giornalista e scrittore. Direttore de *L'Europeo* ad appena ventinove anni. Ha contribuito a fondare nel 1976 il quotidiano *La Repubblica* di cui è stato inviato speciale, capo della redazione milanese, vicedirettore. Ha diretto il settimanale *L'Espresso* e lavorato per diversi quotidiani, tra i quali *La Gazzetta del Mezzogiorno* e *Il Giorno*. Vincitore del Premio Saint-Vincent di giornalismo nel 2000. Insomma, una firma autorevole del giornalismo italiano che ci aiuterà nel percorso comune di analisi e confronto sul tema in oggetto.

Giovanni Valentini. Un mio amico editore, che era anche un grande intellettuale e che ho avuto la fortuna di frequentare nei miei anni di vita milanese,

cioè Mario Spagnol, che è stato poi l'anima di tante iniziative editoriali e da ultimo della Longanesi, casa editrice con la quale mi onoro di collaborare, amava ripetere con il suo *humor* che per il successo di un libro è più importante una citazione in un articolo di giornale che una recensione su un giornale.

Memore di questa indicazione, per circa quindici anni ho premesso alla mia rubrica settimanale su *La Repubblica,* intitolata *Il Sabato del villaggio* – che poi ho dovuto sospendere perché ho cambiato un po' mestiere – un distico, una breve citazione tratta da un libro, non dai manuali delle citazioni. Cioè non una citazione polverosa, ingessata, artificiale, ma una citazione da un libro in uscita, da un libro "in corso", di saggistica prevalentemente politica, economica o diciamo mediatica, ma anche di narrativa, quando mi sembrava che potesse armonizzarsi con il tema dell'articolo, e anzi introdurlo invitando il lettore a proseguire oltre il distico.

Ho fatto questa premessa perché condivido molte delle cose interessanti e intelligenti che sono state già dette da Sinibaldi, dal professor Giorello e da ultimo dalla Presidente Maggioni. E ritengo anch'io che nel titolo di questo convegno manca la radio, manca il web, ma penso che dobbiamo dare per scontato che siano compresi anche questi canali, questi

mezzi, nell'impostazione del nostro dibattito. Credo però che, per quanto riguarda il rapporto fra i libri, la produzione letteraria e il sistema dell'informazione nel suo complesso, il peccato principale che i giornali innanzitutto, la radio, la televisione e poi da ultimo anche il web, commettono nei confronti dei libri sia quello di ghettizzarli, di chiuderli in alcuni recinti, vale a dire trasmissioni, dibattiti, presentazioni e così via, che però soffocano la potenzialità di un libro, di un bel libro ovviamente.

Potenzialità che spesso sfugge al calcolo di chi ne parla, perché il libro comunica di per sé e comunica in base a interessi, esigenze, aspettative e ovviamente in base alla ricchezza dei propri contenuti; in base dunque a quella alchimia che si stabilisce tra chi scrive e chi legge e che il professor Giorello prima definiva con una sola parola, e cioè conoscenza, ovvero bisogno della conoscenza. Sui giornali abbiamo troppe sezioni culturali in cui si parla dei libri, troppi inserti, troppi programmi radiofonici o televisivi in cui il libro viene chiuso in quel recinto. A mio parere, invece, dovremmo fare tutti quanti lo sforzo di favorire e alimentare la ibridazione del libro in tutti i programmi, vorrei dire perfino nei telegiornali, per forzare il concetto.

Tutto questo perché stiamo parlando del libro,

della lettura, della conoscenza e dell'informazione; stiamo parlando di un valore fondamentale come la cultura: e non lo dico in senso elitario, bensì vorrei declinarla nel senso più popolare del termine; quella cultura che oggi, secondo me, rappresenta il miglior antidoto contro il tempo della barbarie che stiamo vivendo. Il professor Giorello ci ricordava prima quello che diceva Lutero o quello che diceva Galileo; io, molto più modestamente, vorrei dire che senza cultura non c'è libertà. La lettura, in modo particolare, è uno strumento essenziale per favorire la capacità di analisi, la capacità di riflessione, quello che si chiama vaglio critico. E perciò noi dovremmo difenderla indipendentemente dalla necessaria, opportuna, vorrei dire fisiologica evoluzione multimediale che sta già avendo.

Da questo punto di vista, a me pare chiaro che la televisione, e il servizio pubblico radiotelevisivo in particolare, abbia un ruolo fondamentale. La *mission* della Rai, ovvero – se vogliamo dirlo in termini più aziendali – il *core business* della televisione e della radio pubblica, è proprio l'informazione nel senso più ampio del termine. È necessario perciò, a mio giudizio, insistere sul piano della integrazione, della complementarietà dei mezzi di comunicazione – libri, giornali scritti, visivi o audiovisivi – partendo da un presuppo-

sto, da una constatazione. Uso qui una citazione di Federica D'Alessio che dice: "Le persone leggono sempre meno perché sono sempre meno capaci di leggere e conseguentemente di scrivere". Il fatto è che soprattutto le giovani generazioni hanno perso, o stanno pericolosamente perdendo, la capacità di scrivere e quindi di comunicare, perché sono abituate a usare i 140 caratteri di Twitter, perché la scrittura sta praticamente abolendo la punteggiatura: così com' è vero che ormai tutti vogliono scrivere e nessuno vuole più leggere.

Allora, se vogliamo cercare di rilanciare la lettura al di là degli aspetti più contingenti – la crisi economica, la mancanza di tempo, la proliferazione mediatica, tutti fattori che tolgono tempo e spazio alla lettura (di questo dobbiamo essere consapevoli) – e se siamo convinti che la cultura sia il miglior antidoto contro la barbarie che stiamo vivendo, che la lettura sia un esercizio fondamentale di analisi e di riflessione, se tutto questo è vero, dobbiamo alimentare come un fuoco che si sta spegnendo il gusto di leggere, il piacere di leggere. E questo piacere, a parte il ruolo che i media e il sistema dell'informazione nel suo complesso possono e devono svolgere, secondo me lo può e lo deve svolgere fondamentalmente la scuola.

Perché si impara a leggere a scuola, si impara a studiare, si impara a imparare, o perlomeno si dovrebbe imparare a imparare. È lì che deve cominciare questo discorso. Sappiamo tutti che a scuola si leggono i libri di testo per accrescere le proprie cognizioni nelle varie materie, ma si legge male. Ricordo di aver detestato ai miei tempi *I Promessi Sposi* perché eravamo costretti a leggerlo e a studiarlo, ma poi in vita mia l'avrò riletto almeno 4 o 5 volte per il piacere di leggerlo.

È dalla scuola che bisogna inoculare nelle giovani generazioni il virus della lettura, introdurre il vizio della lettura. Poi, certo, spetta ai media, al sistema mediatico, coltivare questa abitudine, questo vizio: se non si comincia sui banchi di scuola a imparare a leggere, non solo non si impara a scrivere, ma non si impara a confrontarsi con gli altri, a ragionare, ad analizzare i problemi. E non si impara a convivere in modo più o meno civile.

Lucio Romano. Grazie Valentini. In continuità con gli interventi precedenti, è stata rilevata la necessità di fare uno sforzo comune nel favorire e alimentare la complicità e l'ibridazione, secondo Valentini, del libro in tutti i programmi, "perfino nei telegiornali". Direi: un metodo su cui insistere basato sul

piano della integrazione, della complementarietà dei mezzi di comunicazione, libri, giornali, scritti, visivi, audiovisivi. Certo non basta, secondo Valentini, a dare una risposta che sia compiuta agli interrogativi che il nostro seminario pone.

Infatti, un'appassionata sottolineatura è stata fatta sul ruolo della scuola. In particolare sul ruolo di educazione alla lettura che non rappresenta solo un mezzo per imparare a leggere e a scrivere, ma è pedagogia per imparare a confrontarsi con gli altri, a ragionare, ad analizzare i problemi, a saper convivere in modo più o meno civile. Aspetti, questi, spesso disattesi.

Segue, adesso, l'intervento di Marco Malvaldi. Scrittore, una delle voci più importanti del giallo italiano. Dai suoi scritti è stata tratta anche una serie televisiva, da cui l'incipit per una sua riflessione sulla traduzione, o integrazione se vogliamo, tra parola scritta e linguaggio televisivo.

Marco Malvaldi. Grazie dell'invito innanzitutto. Io vorrei parlare proprio di come si possa utilizzare un libro inteso come diceva il professor Giorello e, per parlarne, curiosamente partirò proprio dalla disciplina con cui Giulio Giorello ha incominciato. Comincerò parlando del naturale sviluppo dell'opera

di Claude Shannon, il matematico e ingegnere di cui dicevamo prima, che ha fatto nascere la teoria dell'informazione, perché molto recentemente la teoria dell'informazione è stata quasi completamente riformulata da un matematico islandese, Jan Kahre, sulla base di un unico teorema; ed è un qualcosa di abbastanza curioso che un unico teorema riesca a comprendere così tante cose.

Il teorema è molto semplice; si chiama LD o legge della diminuzione dell'informazione, e dice una cosa molto banale: un qualsiasi intermediario fra il punto di partenza di un'informazione e il punto di arrivo di un'informazione non può fare altro se non diminuire l'informazione che arriva, a patto che l'informazione in partenza sia completa. L'esempio che fa Kahre è molto semplice: supponiamo che una persona trovi un giornale in cinese, lo guarda, non capisce niente e lo lascia lì; ma supponiamo che una persona che è insieme a lui e che conosce sia il cinese che l'italiano gli dica "Guarda, questo giornale non è privo di significato, semplicemente è scritto in cinese, ossia in un linguaggio che tu non conosci".

In questo modo un intermediario può aumentare il significato, può aumentare l'informazione. Nel mondo odierno in cui la quantità di informazioni che ci arriva è mostruosa, è mostruosa anche l'incomple-

tezza dell'informazione stessa. Molto spesso le informazioni che ci arrivano non sono nemmeno veri e propri fatti; io li chiamo fattoidi: fotogrammi, piccoli pezzi di realtà che vengono molto spesso scelti *ad hoc* per tentare di farci vedere un aspetto solo della realtà che ci circonda.

In questo senso un intermediario è una persona o un ente che capisce che quelle informazioni che ci stanno arrivando sono solo informazioni parziali e può, elaborandole, aumentare l'informazione che vi è contenuta. Secondo me questo è il compito del servizio pubblico televisivo perché io qui di televisione parlerò esclusivamente in termini di servizio pubblico, ossia di un qualcosa che rende appunto un servizio all'utente, e per farlo – a mio avviso – c'è un modo particolare e molto televisivo che può essere usato e che soddisfa molte esigenze.

Si è detto che viviamo in un'epoca di rassegnazione, ed è vero; a mio giudizio uno dei contrari della rassegnazione è la competitività, perché quando noi ci mettiamo in gara o ci sentiamo in gara naturalmente ci svegliamo. È un qualcosa che viene dal modo in cui l'essere umano si è evoluto: quando due persone o due gruppi si scontravano, possiamo immaginare che ci fossero persone che si interessavano al risultato della gara e persone che non se ne interessavano. Le per-

sone che non si interessavano al risultato della gara non erano in grado di scegliere la fazione vincente e quindi piano piano l'evoluzione potrebbe averle semplicemente spazzate via.

A noi esseri umani piace guardare le gare e piace sentirci coinvolti nelle gare, piace ancora di più avere un punto di osservazione privilegiato sulle gare. Per me che amo, per esempio, il calcio, il calcio in televisione è molto più bello del calcio visto allo stadio a livello della panchina: un'esperienza che mi è capitata una volta e non ho capito niente di quello che stava succedendo, perché lo vedevo dal punto di osservazione dei giocatori. Per me, parzialmente competente – non sono certo un giocatore di serie A – era molto più bello – e rendeva molto più possibile la partecipazione – guardarlo dall'alto. In questo modo riuscivo a capire cose che i giocatori in campo non erano in grado di capire oppure a capire per quale motivo i giocatori in campo facevano determinate cose.

A questo può servire la televisione. Secondo me è possibile usare la televisione e i libri in questo modo congiunto. Tanto tempo fa andavano di moda i quiz televisivi e una delle cose bellissime del quiz televisivo non era lo stare davanti la televisione per vedere quanto una persona era brava a rispondere, bensì era provare a rispondere alle domande stesse, mettersi in

gara con la televisione, con i protagonisti della televisione stessa, un qualcosa che presume un uso della cultura. Io mi chiedo se non sia possibile – ed è un qualcosa che io auspico – fare esattamente la stessa cosa: all'interno di programmi televisivi, organizzare vere e proprie gare che presumano l'utilizzo del cervello e che possano dare una spiegazione di fenomeni che sono molto complessi, ossia qualcosa che la televisione può fare molto meglio di tanti libri, a patto che prima i libri siano stati letti ed elaborati e si sia capito qual è il loro significato.

Vorrei fare qui un piccolo esempio. Oggi come oggi si parla moltissimo in termini di statistiche, qualsiasi cosa – che sia un andamento demografico o economico, che sia l'efficacia di un medicinale – viene data in termini statistici, ma molte persone non sanno e non conoscono la statistica. Tutto ciò si può capire leggendo libri, studiando, ma si può divulgare in un tempo molto minore, in un modo molto più compatto, attraverso un uso sapiente del mezzo televisivo. L'esempio che vi vorrei portare è molto semplice: se io entro in una stanza con un certo numero di persone – qui dentro per esempio siamo circa 30 persone – e vi faccio una domanda: “è più probabile o meno probabile che due persone tra noi siano nate lo stesso giorno dell'anno e festeggino il compleanno esattamente lo

stesso giorno?". Sembrerebbe intuitivo dire che è molto meno probabile. In realtà no, è più probabile; è un qualcosa che si può capire studiando un libro e imparando che la cosa che conta non è il numero di persone, ma il numero di coppie presenti in una stanza.

Questa cosa si può capire, ma io me ne sono convinto guardando una rappresentazione grafica della durata di 20 secondi: la rappresentazione grafica riguardava una roulette che girava e sulla quale cadeva ogni tanto una goccia di vernice blu, che rappresentava la nascita di una persona. La goccia cadeva e la roulette continuava a girare. La roulette era composta esattamente da 365 spazi e ad un certo punto, con il cadere le gocce, ho visto visivamente una cosa piuttosto chiara: la colorazione del bordo della roulette stava diventando di un blu sempre più vivido talmente intenso che mi sembrava impossibile che una goccia potesse cadere e mancare un'altra goccia. Questa cosa l'infografica l'aveva fatta succedere intorno al punto in cui diventa più probabile avere due persone che sono nate lo stesso giorno, e questa transizione avviene quando le persone sono 23; 23 persone danno una probabilità superiore del 50% che ci siano almeno due soggetti nati lo stesso giorno. Si tratta di un qualcosa che mi ha richiesto qualche

giorno per capirlo e che lo vedessi realizzato visivamente per convincermi della sua esattezza.

Questo, secondo me, potrebbe e dovrebbe essere il ruolo di una televisione che sia un servizio pubblico, ossia far comprendere – attraverso i suoi autori e le sue trasmissioni – e anche convincere, perché noi esseri umani siamo capacissimi di capire cose delle quali non riusciamo a convincerci, mentre mezzi visivi e audiovisivi sono in grado di convincerci molto meglio. Se ne parlava prima a proposito di questi criminali che stanno tentando di minarci l'esistenza; attraverso il messaggio audiovisivo ci si può convincere di cose che sono, oltre che agghiaccianti, anche molto false. Se si parte da cose vere e si tenta di convincere le persone con argomentazioni esatte, usando questi mezzi potentissimi, probabilmente riusciamo a ottenere un effetto di curiosità, di convinzione, e in più riusciamo anche a tenere viva l'attenzione delle persone, perché una delle cose su cui può contare la televisione è il fatto di avere molto stimoli, visivi, auditivi, colorati, cose che all'essere umano piacciono e da cui è attirato.

Quando veniva rimproverato e chiamato il signor Chiassoni dai suoi acculturatissimi detrattori francesi, Rossini diceva che era vero: lui faceva talmente tanto rumore che alle sue opere non c'era verso

che la gente si addormentasse. Questo può essere il ruolo della televisione: convincere, incuriosire e fare in modo che le persone non si addormentino, perché lo stimolo può essere molto più potente di un libro, ma prima il libro bisogna leggerlo altrimenti non c'è teoria e non si dice nulla.

Lucio Romano. Grazie Malvaldi. Quindi far comprendere e convincere, incuriosendo, sono le parole chiave per poter anche favorire lo sviluppo di un servizio pubblico televisivo di qualità. E su questo piano è possibile usare in modo congiunto televisione e libri.

Sono certo che sul tema competitività, complicità e ibridazione libri-televisione-giornali, fili conduttori del seminario, ci verrà data una approfondita analisi da Diego Guida che interviene a seguire. Diego Guida è fondatore della casa editrice Guida di Napoli. La linea editoriale spazia dalla saggistica universitaria alla narrativa e alla poesia, potendo contare su collane, consulenti e direttori di collana tra i più noti nel panorama culturale italiano e internazionale. Dal 2013 la Guida Editori ha avviato anche la pubblicazione della testata giornalistica *Spazi Culturali* con cui partecipa al dibattito sul valore della cultura come risorsa anche economica del Paese.

Diego Guida. Grazie a tutti voi, grazie per l'invito che mi è stato rivolto e che con grande interesse ho accettato. Mi interessa soprattutto il profilo che si è voluto dare al ciclo dei seminari di cui questo di stamattina è il secondo.

Ho anche una personale, larvata e segreta speranza che dai risultati di questi incontri possa uscire, perché no, un'attenzione da parte anche di chi ascolta o che seguirà il risultato di questi lavori rispetto a quella che io ritengo essere la cosa più importante per tutti gli operatori del mondo del libro, e cioè azioni concrete per la promozione della lettura.

A me tocca la parte forse più "sporca" del ragionamento che stiamo affrontando questa mattina, la parte di chi, da editore, e quindi da imprenditore, impegna se stesso, il proprio nome, la propria storia familiare, e quindi i contatti personali che devono esser valorizzati e non certo mortificati a causa degli accadimenti che stanno soffocando tutto il mondo del libro e della lettura.

Va data anzitutto attenzione al quadro nazionale: il fatturato del comparto libri nel suo complesso nel 2014, in Italia, supera i 2,6 miliardi di Euro, scendendo del 3,6% circa rispetto al valore del fatturato 2013. Per questo anno 2015, i dati previsionali non vedono un mercato in crescita; anzi, è prevista ancora

una riduzione di circa 1 punto percentuale rispetto al 2014.

Nel 2014 i lettori sono diminuiti di circa 900mila unità, con una riduzione complessiva pari al 3,4% in meno rispetto al 2013, e il numero complessivo di titoli prodotti in Italia si riduce (con conseguente riduzione dell'offerta di lettura) del 3,5%.

I titoli ritenuti "commercialmente vivi", nonostante ciò, restano un numero di tutto rispetto: 861 mila, pari al +6% rispetto al 2013, e i piccoli e piccolissimi editori (quelli che pubblicano almeno 10 titoli l'anno, tanti anche nel nostro Mezzogiorno) sono censiti in 1.190, pari al +0,3% rispetto all'anno 2013.

Sono troppi per un Paese con indici di lettura così bassi?

Forse. Ma non è anche questo un indice del cambiamento, della fiducia verso nuovi progetti editoriali che si affacciano sul mercato, che propongono mix inediti tra carta, digitale e servizi?

Non è forse un indice di vitalità del settore che esplora nuovi generi e nuove letterature?

Personalmente, credo che sia proprio partendo da queste prime considerazioni che vada affrontato il tema di questa mattina: la storia e le nostre tradizioni culturali possono aspirare ad una crescita in termini di mercato, di impresa e di lettori? È mai possibile che,

ricordando la recente ricerca Nielsen, ci troviamo a dover tenere in conto che su 100 libri venduti in Italia, 22 se ne vendono al nord, 16 al centro Italia, e solo 4,5 al Sud: è una condizione impensabile per un Paese civile!

Molto deve essere ancora fatto per la creazione di politiche culturali e di avvicinamento alla lettura, nel nostro Paese, partendo dal Nord e arrivando anche al Sud.

Forse, proprio questo è il contesto giusto per evidenziare la necessità di nuove politiche a favore della lettura, che a mio parere non deve e non può essere intesa solo come *otium* o fonte di apprendimento, ma deve essere riconsiderata anche nella sua funzione strategicamente, e politicamente, più prossima, come esercizio cioè alla decodifica del pensiero altrui, come esercizio alla conoscenza del sé e del sé che si fa altro con l'altro.

E dunque, anche in funzione di questa terza dimensione, è opportuno e urgente mettere in campo azioni innovative per avvicinare e fidelizzare nuovi lettori.

È dalla trasmissione della cultura che si può auspicare una crescita sociale e dunque economica del nostro Paese, auspicare una svolta al nostro umano esistere, oggi assai triste e difficile.

Se queste sono le promesse e gli obiettivi, quali gli interventi *in fieri?* Sotto i nostri occhi, e senza nulla poter fare, stiamo invece vivendo una trasformazione storica che vedrà concentrata nelle mani di un solo editore la fetta più grande del mercato: la nuova realtà editoriale dopo la fusione della Mondadori con la Rizzoli Libri raggiungerà quasi il 35% del mercato di letteratura varia, e addirittura il 25% del mercato *educational* (i libri per la scuola e per le università), e un valore ben superiore al 50% per il mercato del libro tascabile e dell'economico.

Restano "indipendenti" sul mercato i marchi del gruppo editoriale Mauri Spagnol (GeMS) con il 10%, la Giunti con poco più del 6%, Feltrinelli con il 4,6% e De Agostini con il 2,3%.

In nessun altro paese occidentale, in Europa, ma neanche oltreoceano, dove il mercato è molto più dinamico, troviamo una situazione del genere. La cultura deve essere pluralità.

Ecco perché appare chiaro e forte l'entusiasmo che sta scatenando in questi giorni la notizia della creazione di una nuova casa editrice, La nave di Teseo, che sorge proprio dal distacco di tanti autori ed intellettuali che non vogliono uniformarsi al "mercato unico" paventato da queste fusioni editoriali.

A questo punto, mi piace ricordare quanto soste-

neva "zio Val", Valentino Bompiani, conosciutissimo con questo vezzeggiativo, quando disquisiva sul lavoro, sul mestiere dell'editore. Queste le sue parole: "Che cosa fa l'editore? Scrive il libro? No, quello lo scrive l'autore. Lo pubblica? No, quello lo fa il tipografo. Lo distribuisce? No, quella è un'attività che fa il distributore. Allora lo promuove? No, quello lo fa il promotore. Allora che cosa fa l'editore? Tutto il resto!".

È difatti in capo all'editore tutto il lavoro di formazione, di costruzione di rapporti con l'autore per la creazione di un progetto editoriale che abbia una continuità, e possa avere un significato nel corso del tempo; all'editore il compito più difficile, quindi: mantenersi vivo sul mercato tradizionale, nella libreria. Diceva prima Marino Sinibaldi: "Vediamo quanti libri riescono ad essere prodotti anche con le nuove tecnologie del digitale"; ebbene, questa è tutta un'altra cosa, un'altra storia, per quanto il digitale, e dunque tutti i macchinari e le professionalità legate all'innovazione tecnologica, stiano facendo passi da gigante.

Oramai è quasi impossibile capire quale sia il volume stampato in piano, nella tipografia tradizionale, e quale in digitale. I costi sono ridotti enormemente, quindi la strada verso il digitale certamente

potrà esser un'alternativa per noi editori, soprattutto i più piccoli che non riescono ad avere una diffusione capillare nelle librerie, in tutte le librerie del territorio.

Ma, dopo questa parentesi, torno ancora alle considerazioni relative al rischio della morte del libro così come lo intendiamo in maniera tradizionale e allo scenario del futuro.

Personalmente credo che chiunque di noi ricordi che, intorno alla fine degli anni Ottanta, editori e librai si lamentarono perché in un solo anno ben 44 milioni di pezzi furono venduti insieme al quotidiano *La Repubblica*, primo fra tutti a proporre in edicola i cosiddetti "collaterali" al giornale, ripubblicando i classici della letteratura mondiale. *La Repubblica* fu poi seguita a ruota da tantissime altre testate non solo quotidiane, ma anche settimanali.

Ecco, quello fu un momento di grossa crisi per l'editoria tradizionale, perché cominciava a subire una concorrenza diretta da parte dei giornali, e siamo tornati al tema di questa mattina.

Noi editori negli anni '80 ci siamo preoccupati moltissimo, abbiamo temuto la scomparsa definitiva del libro nelle librerie. Addirittura lo stesso gruppo RCS creò una struttura nuova, una realtà aziendale, editoriale, parallela a quella tradizionale; andavano

addirittura a crearsi azioni di concorrenza all'interno dello stesso gruppo aziendale.

Alla luce di quanto accaduto nel secolo scorso, però, forse questo esperimento è stato come l'aver messo un pizzico di sale nella metodologia e nella modalità di vendita dei libri.

In seguito, tutti gli editori – ormai sono passati quasi trent'anni anni – hanno provato a fare un tentativo diretto con il giornale locale, o con il giornale regionale, creando a loro volta una produzione di "collaterali". Ancora oggi troviamo in edicola tantissimi esperimenti di questo genere; tutto ciò significa che si è dimostrata un'interconnessione concreta tra libri e giornali.

Si parlava prima di "ibridazione", no? Mi piace moltissimo, ho appuntato il termine, soprattutto per il significato. Credo che operazioni del tipo *Bookcity* – l'evento per il libro che si tiene a Milano ed è ormai alla terza edizione – vogliano proprio essere l'applicazione concreta di questa "ibridazione", del modo innovativo di "portare fuori", per strada, il libro, non inteso solo come "prodotto libro", ma come contenitore e come vettore di idee e di contenuti, in più contesti differenti.

La formula *Bookcity* è vincente perché il libro presentato è in vendita nel negozio del fruttaiolo così

come nella sala dei convegni nel Castello sforzesco di Milano, dove invece si tengono gli eventi di qualità, di trasmigrazione di conversazioni su temi legati squisitamente alla cultura. Quello che forse fa paura è che, se negli anni '80 il giornale aveva picconato il libro, oggi è il giornale che sta subendo le picconature da parte delle nuove tecnologie.

Oggi, in qualunque negozio si entri per comprare un tablet, viene offerto l'abbonamento a questo o a quell'altro quotidiano, gratuito perché compreso nel prezzo del tablet. Allora, dopo essere stato il prodotto principale, il giornale oggi sta diventando vassallo di altro prodotto, così come lo è diventato il libro nei confronti del giornale quando è stato venduto in collaterale.

Ovviamente va tenuto in conto che l'abbonamento gratuito è limitato a sei mesi; ma in generale ciò vuol dire che queste interconnessioni le viviamo quotidianamente e le subiamo anche, noi in quanto editori di libri, gli altri in quanto giornalisti. Forse l'unica via di salvezza per i giornali, oggi, è quella di continuare ad offrire approfondimenti, e quindi riuscire a proporre un contenuto particolare e originale che non viene e non può essere assolutamente trasferito con le nuove tecnologie, ma questa è un'altra storia.

Così come il libro ha dato una veste nuova alla

tradizione orale, i mass media hanno incrementato di nuove forme la scrittura, la volatile telematica ha creato un nuovo mercato, annullato confini, avvicinato popoli e culture; io ritengo che il nostro compito debba essere quello di promuovere la lettura, di internazionalizzare le nostre imprese editoriali, di trasferire oltre confine la nostra lingua e la nostra tradizione culturale: queste azioni devono essere pubbliche.

È grottesco che sia la nostra associazione di categoria, l'AIE, a dover pensare e finanziare, oltre che realizzare, eventi del tipo *Io leggo perché* per offrire ai non lettori una chiave che possa dapprima incuriosirli per poi avvicinarli alla lettura: questo è un compito che spetta alle istituzioni ed è a loro che ci si rivolge per pensare ad attività strutturate per un intero anno.

Ci aspettiamo di veder azioni e risorse per la partecipazione degli editori italiani alle fiere del libro internazionali, da Francoforte a Londra e Parigi, per favorire lo scambio dei diritti commerciali delle opere realizzate da autori ed editori campani. Ci aspettiamo un serio impegno a supportare quantomeno le iniziative a saldo per i contribuenti pensate per la promozione della lettura.

Con quali prospettive? Certamente non quelle apocalittiche che avrebbero voluto vedere nelle moderne tecnologie, nei mass media e nei social, la

fine del libro, di un bene essenziale per l'umanità. Il computer che ha sostituito la vecchia Olivetti lettera 32 non ha decretato la scomparsa della biblioteca, della libreria; va impostata un concreta azione per la salvaguardia della nostra cultura e della nostra storia che solo il libro può garantire.

Dunque, il futuro non annulla il passato, semmai lo migliora e lo integra. Perciò, se ripercorriamo il filo della comunicazione nella storia ci accorgiamo che il passaggio dalla tradizione orale a quella scritta, e di qui alla cultura elettronica e poi alla telematica, è appunto un passaggio all'interno di un sistema integrato che ha allargato il suo raggio d'azione.

Fin dai loro esordi il cinema e la televisione hanno saccheggiato la letteratura, pur nella diversità dei linguaggi; al tempo stesso hanno ispirato nuovi modelli di scrittura. È accaduto, però, anche il contrario, con romanzi nati a seguito di una pellicola cinematografica: si pensi ad esempio al film *A Space Odyssey* (S. Kubrick, 1968) tratto da un'idea contenuta nel racconto *The Sentinel* di A. Clarke (1951). Durante le riprese del film, lo stesso Clarke scrisse il romanzo omonimo (pubblicato nel medesimo anno). Pasolini ha lavorato contemporaneamente sia a livello narrativo sia a livello cinematografico con il romanzo e il film *Teorema*, opere presentate entrambe nel 1968. Il film

Blade Runner di Ridley Scott (1982), ispirato a *Il cacciatore di androidi* di Philip K. Dick (1968), ha dato lo spunto a Mike Davis per il suo *Ecology of fear* (1998), il cui ultimo capitolo ha proprio il titolo di *Beyond Blade Runner*. A *Novecento* di Bertolucci (1976) fece seguito la pubblicazione di una sceneggiatura romanzata: operazioni simili sono molto comuni negli USA, dove ogni film con grande *budget* e adeguato battage pubblicitario è anche accompagnato da una serie di iniziative tra le quali la pubblicazione della sceneggiatura romanzata dello stesso film.

Sulla stessa onda ha lavorato anche la radio. E che dire dei programmi e delle trasmissioni destinate alla lettura? Non hanno comunque anch'esse prodotto una qualche forma di pubblicità a favore del libro?

Quanto ad Internet beh, il discorso è ancora *in fieri*... e tocca a noi strutturarlo nella misura giusta. Internet ha fatto sentire tutti autori, ma noi lo sappiamo che non basta scrivere in rima per essere bravi poeti. Forse ha sostituito così sedute psicoanalitiche, ma non ha creato nuovi scrittori. Questi nascono ancora dal cartaceo. Soprattutto non ha ancora generato un mercato di nuovi lettori, in aggiunta ai vecchi. Sono sempre gli stessi a leggere, e leggono libri che nascono dalla materia e poi transitano sull'immateria.

E infine, checché se ne dica, resta l'assunto di

Gadamer, che in *Verità e metodo* ci ricorda che il libro è l'unica fonte interpretativa individuale, mentre le altre arti – e diciamo – le altre vie di comunicazione rappresentano già un punto di vista che si frappone tra il testo ed il lettore, decretando così il valore assoluto del bene cartaceo.

Lunga vita al libro, allora!

LUCIO ROMANO. Ringrazio Diego Guida per l'ampia relazione, efficace anche sotto il profilo contenutistico come collegamento al seminario svolto nello scorso ottobre e avente ad oggetto il tema "Libro e mercato editoriale".

A chiudere le relazioni, interviene Giorgio Bogi che ringrazio per aver accolto questa mia richiesta. Le motivazioni sono evidenti. Bogi, medico-chirurgo, ha svolto un lungo, qualificato e molto apprezzato servizio per la politica con responsabilità parlamentari e governative. Già sottosegretario alla Presidenza del Consiglio e Ministro della Repubblica. Per queste ragioni, gli chiedo una riflessione sul ruolo della politica e su come la politica ha affrontato il tema libri-televisioni-giornali.

In particolare: quali politiche di incentivo alla diffusione del libro e sostegno, quindi, alla lettura? Quali forme di supporto per una fattibile integrazione

tra libro e nuove forme di comunicazione per uno sviluppo culturale della nostra comunità?

Giorgio Bogi. Mi sembra ci siamo posti, giustamente, il problema di come i vari mezzi possano costituire un sistema, cioè un complesso di fattori, l'azione dei quali non sia contraddittoria rispetto al fine: mi riferisco ovviamente al sistema della comunicazione.

Da questo punto di vista credo perciò sia inevitabile, pur essendo il *focus* sul libro, tener presenti gli altri mezzi di comunicazione, perché diversamente il ragionamento che abbiamo provato ad impostare sarebbe carente, nel senso che non potremmo correttamente ragionare sulle caratteristiche e problematicità dei singoli mezzi prescindendo dal sistema.

Dal sistema della comunicazione ci attendiamo elementi per vivere nell'attualità con sufficiente consapevolezza. Non basta una serie di nozioni, anche tempestive, anche tendenzialmente veritiere: occorre uno sguardo culturale, una contestualizzazione appropriata.

Un metro di giudizio sul sistema della comunicazione, che a me sembra molto importante, consiste nel valutarne la capacità di indurre un atteggiamento riflessivo. Il libro è uno strumento principe da questo punto di vista, certamente più riflessivo dei mezzi che

usano molto l'immagine, come la televisione, oppure di quelli caratterizzati da grande immediatezza, come la rete.

Credo che un aspetto del problema al quale mi riferisco sia riuscire ad armonizzare i diversi mezzi affinché il sistema, nella sua tendenziale completezza, possa stimolare un atteggiamento sufficientemente riflessivo. La rete, ad esempio, non è un elemento ariflessivo in sé, ma lo può facilmente diventare sulla spinta della immediatezza, del tratto diretto, e non raramente emotivo, della sua comunicazione. Ricordo una recente espressione di Umberto Eco: "non riesco a prendere atto del fatto che vi può intervenire un Nobel od un fesso ed hanno la stessa rilevanza". Il rimedio non è, ovviamente, censurare la rete, ma prendere atto del nuovo mezzo, della sua facile disponibilità, del tratto diretto e porsi il problema di un sistema che, in quanto tale, integri componenti riflessive per consentire un buon approccio alla conoscenza della realtà.

Il vero nodo, però, è che nella nostra società l'atteggiamento riflessivo è in sé declinante. E questo spiega, almeno in parte, la difficoltà a mantenere un'elevata coesione sociale e la stessa difficoltà della politica nel governare.

Immaginare che la effettiva conoscenza della

realtà sia diretta, immediata, è un grosso errore. Una buona conoscenza, sia sociale, sia fisica, richiede sempre approfondimento: non raramente è perfino controintuitiva. A maggior ragione in ambito sociale l'inquadramento culturale e tecnico-scientifico è indispensabile per la previsione, il progetto: in questo senso, l'intermediazione non è certamente negativa.

La comunicazione della realtà come può risultare dalla rete espone al rischio di incompletezza: forse, spesso, esprime meglio le caratteristiche del comunicatore che di quanto si intende comunicare.

Il mezzo è indubbiamente di grande rilievo ma, anche per questo, postula un complessivo sistema che inducendo atteggiamento riflessivo cerchi completezza, contestualizzazione. Verrebbe da dire: leggiamo più libri!

In Italia la lettura del libro non gode di buona salute; dopo una discreta crescita, da molto è bloccata. La caratterizza uno zoccolo duro di persone che leggono meno di un libro all'anno, numero significativamente inferiore rispetto a paesi comparabili con il nostro (Spagna, Francia, Germania, Stati Uniti). Esprime certamente una condizione sociale che costituisce un limite nell'avvicinamento al libro e quindi, per quanto mi interessa sottolineare, anche ad un atteggiamento riflessivo.

La società attuale, per vari motivi inerenti alla sua evoluzione, è fortemente frammentata, con una rilevante spinta all'individualizzazione. Questo si accompagna ad una crisi dei soggetti che prima producevano chiavi di lettura della realtà e che oggi non sono più disponibili per i numerosi cittadini a cui erano destinate (mi riferisco a partiti, sindacati, varie organizzazioni di interesse od opinione).

In questa situazione il cittadino è molto più solo nel giudicare la realtà. Se il sistema della comunicazione e, attraverso di esso, in specie il dibattito culturale non forniscono elementi che stimolino e costruiscano capacità critica, e non mettono a disposizione nozioni e informazioni tendenzialmente complete, non sarà facile governare società moderne con moltitudini prive di modelli di comportamento conforme, prima ottenibili nel legittimo e corretto confronto pubblico. Il cittadino, sempre più isolato nel giudizio sulla realtà, se non è dotato di strumenti critici, è esposto a forti sollecitazioni emotive non coerenti.

Il problema del libro e, più estesamente, dell'atteggiamento riflessivo è diventato un elemento particolarmente rilevante nella società italiana. La società democratico-liberale è verosimilmente di fronte a difficoltà di adattamento alla modernità e manifesta

scompensi dei suoi cittadini nel vivere l'attualità con sufficiente consapevolezza. È possibile aumentare l'atteggiamento riflessivo che, purtroppo, appare scarso anche nei gruppi dirigenti?

La realizzazione di un sistema della comunicazione che abbia l'obiettivo, fra l'altro, di aumentare la consapevolezza critica nel vivere l'attualità non mi sembra problema da poco per la politica (pertinente l'osservazione di Lucio Romano sulla scarsa produzione libraria da parte di uomini politici).

È il momento di tornare a ragionare sul libro. La sua promozione è molto sostenuta: premi, televisione, radio, giornali, rete. Ciò nonostante lo zoccolo duro, al quale accennavo poc'anzi, non viene scalfito: la condizione sociale di fondo resiste ai tentativi di questo tipo. La stessa televisione, pur con le sue caratteristiche di larga diffusione popolare, incide poco seguendo l'attuale meccanismo promozionale. Bisogna lavorare più intensamente ed adeguatamente sulla condizione sociale di fondo: forse la televisione, puntando sul medio periodo, potrebbe cercare specificamente l'accrescimento della propensione all'atteggiamento riflessivo.

La società democratico-liberale ha, fra le altre, una funzione strutturale del suo modo d'essere che è la funzione giornalistica, funzionale alla conoscenza tendenzialmente oggettiva e completa della realtà. Si è

spesso detto che il problema di fondo è la molteplicità delle voci: è certamente così, ma non basta. Constatiamo quotidianamente che queste voci sono, vorrei dire, naturalmente faziose.

Quando le emittenti televisive, per essere obiettive e pluraliste, trasmettono di seguito le opinioni di diversi esponenti di partiti o movimenti, ammettono dichiarazioni faziose che, nella loro contrapposizione, raramente consentono ad un cittadino medio di farsi una opinione sulla realtà effettiva. Un aspetto della funzione giornalistica nella società democratico-liberale è che le singole voci di parte devono confrontarsi fra loro, ma anche con dati di conoscenza tendenzialmente completi ed obiettivi.

È evidente che non si può obbligare una emittente privata a questo comportamento giornalistico, ma siccome in Italia abbiamo un servizio pubblico, questo può essere legittimamente incaricato di garantire che la funzione giornalistica intervenga in una rappresentazione tendenzialmente obiettiva e completa della realtà. Per ripetermi, la crescita dell'atteggiamento riflessivo può dipendere anche dal fatto che la comunicazione garantisca con continuità una rappresentazione della realtà derivante dal confronto di molteplici opinioni fra di loro, ma anche con dati tendenzialmente oggettivi.

La RAI potrebbe fare molto in questo senso e quando sento dire che è garantito il pluralismo, per quanto ho detto, penso che non basti.

La crisi dei grandi soggetti collettivi e l'indebolimento del dibattito pubblico hanno reso più superficiale il ragionamento di senso, cioè della giustificazione culturale delle affermazioni che sostengono il comportamento sociale o politico. La ricostruzione di questo ragionamento di senso molto si gioverebbe dell'incremento dell'atteggiamento riflessivo.

Lucio Romano. Grazie Bogi. Ritengo che la sua approfondita analisi abbia posto, con evidenza, il bisogno di una cultura riflessiva – così opportunamente definita – come vero anticorpo nella società di oggi, in cui l'atteggiamento riflessivo risulta declinante. Tra l'altro, ha richiamato la necessità di tenere in equilibrio una comunicazione eminentemente diretta con una comunicazione complessivamente più riflessiva, in modo che il sistema produca una comunicazione equilibrata rispetto alla possibilità di sviluppare riflessioni.

Con l'intervento di Bogi si sono completate le relazioni e ci si avvia al termine del seminario. Tuttavia, prima delle conclusioni, chiederei ad ognuno dei relatori di poter individuare delle *keywords*, parole

chiave, che possano rappresentare un po' la sintesi dei rispettivi interventi. Una sorta di glossario essenziale, un vocabolario del seminario di oggi. Un filo conduttore di senso.

Giovanni Valentini. Io intanto chiedo scusa a tutti voi, al Presidente Zavoli e agli illustri interlocutori intorno a questo tavolo, ma purtroppo ho un'urgenza di ufficio e quindi dirò poche cose e dovrò scappare. Mi vorrei però riallacciare a quello che stava dicendo l'onorevole Bogi poco fa. È vero che una figura editoriale accanto a una figura di amministratore delegato va nella direzione che peraltro io, per quel poco che vale, ho sempre auspicato in pubblico, per iscritto, a voce, cioè quella di coordinare e di guidare sul piano editoriale (nel senso lato) la produzione di informazione e di cultura del servizio pubblico; e quindi sono completamente d'accordo. Ma al di là delle persone (che sono tutte più che degne e rispettabili: l'attuale direttore generale che diventerà amministratore delegato, il neo direttore editoriale), tutto questo va bene se deriva da un soggetto legittimato a farlo. Se deriva dal Governo – se permetti, Bogi – mi preoccupa; ma mi preoccupa non per questo Governo.

Io proprio ieri sera ho lanciato un tweet che è stato ripreso più volte, perché ho detto, per esprimere

un giudizio su quello che sta avvenendo oggi appunto nel servizio pubblico (posto che siamo tutti d'accordo sulla sua centralità nel sistema mediatico, vorrei dire più in generale nell'assetto di questo paese): pensiamo che cosa avremmo detto/scritto se questi interventi li avesse fatti, per non fare nomi, il Governo Berlusconi o un eventuale Governo Salvini. Stiamo attenti a non semplificare troppo i meccanismi decisionali, perché sennò rischiamo di non controllarli più.

Poi, per accogliere l'invito del nostro moderatore, dico due, non *keywords* ma due *sound bites*. Primo: vorrei che si parlasse un po' meno di televisione sui giornali e un po' più di libri e di giornali in televisione. Seconda osservazione: c'è chiaramente una bulimia di esternazioni da parte dei cittadini. In questo momento, come ho già detto prima, c'è più gente che vuole scrivere di quelli che vogliono leggere. Questo è sicuramente un fatto positivo; ma dobbiamo stare attenti a non produrre troppi libri. Io ho trovato un dato girando su Wikipedia – non so quanto sia fondato e attendibile – secondo cui nel 2011 – chiedo il conforto dell'editore – sono stati prodotti 64.000 titoli, con 175 nuovi libri pubblicati ogni giorno. Cioè: ogni giorno 175 libri. Francamente, a occhio, mi sembrano troppi. Questa proliferazione secondo me nuoce non solo alla qualità, ma anche alla

percezione del pubblico, il quale entra in libreria, si smarrisce e non sa più...

Ultima cosa a proposito della bulimia comunicativa: questa oggi è – prendiamone atto e cerchiamo di trarne le conseguenze – amplificata dai social network, che si frequentano non per discutere, per confrontarsi, ma per litigare, cioè per contraddire, per criticare, per opporsi, per insultare, per offendere. Questo è un elemento di cui dobbiamo tenere conto, perché non è solo Twitter, non è solo Facebook, sono ormai mille piattaforme (dico mille per dire un numero iperbolico), mille piattaforme attraverso cui questa bulimia comunicativa si propaga e si diffonde, nuocendo appunto alla regola del confronto, della discussione, della riflessione e quindi – ripeto ancora una volta – della nostra convivenza civile.

Io sono un grande appassionato di radio, la sento dalla mattina alla sera (quando posso, ovviamente: quando guido, quando viaggio, quando mi faccio la barba, quando mi faccio la doccia, eccetera, eccetera), perché penso che la radio ancor più della televisione sia interattiva e capillare e abbia appunto queste doti analitiche e riflessive, per cui ai fini del nostro discorso – il libro, la lettura, la cultura – ha un ruolo, una responsabilità ancora maggiore. Però quando sento, anche su alcune reti del servizio pub-

blico, quella che io chiamo volgarmente – chiedo scusa alle signore se uso un termine un po' volgare – "radio cazzeggio", con i due conduttori che parlano fra di loro, si pestano i piedi, uno parla sull'altro, tu dall'altra parte non capisci niente, non capisci più di che cosa si sta parlando, ti senti escluso. Ebbene queste radio sono l'equivalente un po' più nobile di certe emittenti sportive che alimentano non il tifo, ma gli ultrà, alimentano la violenza, alimentano l'inciviltà. Quindi io penso che bisognerebbe da questo punto di vista fare una riflessione molto seria, certo finalizzata alla migliore fruizione del libro, ma finalizzata soprattutto a ristabilire delle regole minime elementari di convivenza civile.

Lucio Romano. Grazie. Da Valentini non *key words* ma due *sound bites*. Primo: parlare un po' meno di televisione sui giornali e un po' più di libri e giornali in televisione; secondo: bulimia di esternazioni dei cittadini nella scrittura di libri e bulimia comunicativa.

*Marino Sinibaldi. Valentini, prima di andar via, deve dire a tutti che non si riferiva a Radio 3, sennò rimane un equivoco che disonora la mia presenza. Non dice quale radio era, ma non era Radio 3 comun-

que. Non diciamo quale era, ma restituiamo l'onore. Dunque, le due parole, molto semplicemente: la prima è sicuramente complessità, nel senso che qui tutti, in due sensi almeno del termine abbiamo detto: c'è una complessità da comprendere. Questo l'abbiamo detto. C'è questo appuntamento di oggi: sicuramente avviene in un momento in cui siamo tutti molto emozionati, ma anche impegnati a capire, sapendo più o meno, nei lavori che facciamo, quanto è importante restituire la complessità di quello che sta accadendo, evitare ogni semplificazione, la demonizzazione (anche se c'e qualcosa di diabolico, naturalmente, in quello che sta accadendo).

E la complessità, mi sembra che abbiamo detto, è un linguaggio difficile da intrecciare, da rendere compatibile con i nuovi media, mentre è un linguaggio che è dentro i libri. Cioè: noi ricorriamo ai libri perché ci sembra il modo più aperto, ampio, completo (per quanto la completezza sia possibile), e quindi io direi complesso, di capire la complessità del mondo. La prima parola per me è sicuramente complessità, che implica anche la difficoltà, la complessità del lavoro da fare, naturalmente.

La seconda parola è un po' più difficile da definire, perché con Giulio Giorello condivido la diffidenza per la parola divulgazione, anche se il "vulgare"

mi piace. Non la volgarità, ma il volgare, cioè quell'idea per cui in pittura, in letteratura a un certo punto è accaduto che le cose passassero dal latino al volgare. Però le parole divulgazione e volgarizzazione implicano un elemento di semplificazione, che contraddice appunto quella idea di complessità. E mi sembra che il problema della condivisione pubblica, della presenza nello spazio pubblico, sia il secondo nodo importante, anche perché investe una responsabilità – quella del servizio pubblico – che ora per ultimo Bogi richiamava.

Però il problema è proprio questo: come creare spazi condivisi, in cui questa complessità possa esprimersi; quindi rifiuto della semplificazione, rifiuto – scusate se riprendo la parola tabù – del cazzeggio, che non vuol dire solo due che si pestano i piedi, ma vuol dire anche semplificare quello che accade, lasciarsi andare a slogan, far parlare la pancia anziché il cuore e la testa. E questo è il vero problema adesso: come condividere in uno spazio pubblico ampio. Questo è effettivamente il problema del servizio pubblico dal punto di vista sia della dimensione che della qualità del discorso. Il servizio pubblico ha un problema di inclusione.

Inclusione vuol dire due cose diverse: vuol dire rappresentare tante idee, non so se la completezza (che

è impossibile forse da raggiungere, ma che come obiettivo è necessaria). Inclusione in quel senso, ma anche inclusione nel senso di rappresentare più pubblico, più generazioni; questo ora è il vero problema, anche nel mondo del libro. Il libro e il servizio pubblico hanno in questo senso un destino simile: fanno fatica ad allargarsi generazionalmente, rischiano di rimanere esperienze di generazioni diverse, che non saranno quelle protagoniste del futuro. Questa quindi è la vera sfida. Se accanto a complessità dovessi indicare una parola che riassuma tutto questo, forse la più vicina è, appunto, inclusività, cioè una capacità di rendere la complessità non esclusiva da tutti i punti di vista, sia come contenuto che come capacità di condivisione, ma rendere la complessità diciamo popolare, se la parola non ci spaventa, e comunque inclusiva.

LUCIO ROMANO. Grazie. Per Sinibaldi: complessità e inclusione.

DIEGO GUIDA. Parole chiave difficilissime, soprattutto per essere succinti. Io voglio evidenziare quanto invece sta accadendo – quindi cercherò comunque di essere molto asciutto – e mi riferisco alla intrusione di quelle che sono tradizionalmente realtà commerciali internazionali sul modello di Amazon. Noi editori tra-

dizionali abbiamo subìto, in una prima fase di grande innovazione, la concorrenza per la commercializzazione, e quindi nelle librerie, per la vendita di libri con la rete di Amazon.

Ora sono annunciate anche delle pubblicazioni. Viene annunciata la creazione di una sigla editoriale, addirittura, che parta dall'on-line per diventare cartacea; e ancora una fase numero tre, dopo l'on-line e il cartaceo, che prevede, addirittura, la creazione di librerie fisiche, presso le quali si potranno trovare questi libri realizzati con la connessione e quindi con l'intermediazione della rete tra autori e produttore.

Si farà un esperimento credo già a partire dal prossimo anno, con una catena di librerie italiana che si è dichiarata disponibile a raccogliere e quindi a distribuire questi volumi, prodotti con questa metodologia di incrocio fra domanda e offerta molto singolare, molto originale. Probabilmente, se noi facessimo una riflessione anche su questa intrusione nell'operatività, dunque nella creazione dei contenuti da parte di chi invece fa la parte del leone sul mercato della commercializzazione, arriveremmo a riconsiderare i 162 libri realizzati nuovi al giorno, così come dicono le statistiche.

In questi 162 nuovi libri pubblicati al giorno sono comprese non solo le novità, ma anche le riedi-

zioni e le ristampe di volumi già esistenti, il che in un mercato così asfittico come quello italiano, è la dimostrazione dell'enorme difficoltà all'assorbimento di tanta produzione.

Non mi resta, dunque, che sostenere che la parola chiave è, come dicevamo prima: promozione della lettura e internazionalizzazione, apertura verso i nuovi mercati e trasferimento della nostra cultura italiana all'estero.

LUCIO ROMANO. Grazie. Da Guida: rete e innovazione.

MARCO MALVALDI. La prima parola chiave è molto semplice. Quando si parla e quando si ascoltano trasmissioni televisive in cui le persone iniziano a insultarsi, a me è sempre venuto in mente la fine di un piccolo libretto di Schopenhauer, *L'arte di ottenere ragione,* nel quale elencava molti possibili stratagemmi per ottenere ragione. Alla fine dava lo stratagemma definitivo: "Quando ci si rende conto di aver torto, si cominci a insultare pesantemente l'avversario sul piano personale". È un qualcosa che ho sempre tenuto presente quando vedo questo genere di trasmissioni, per cui paradossalmente mi viene da dire che leggendo si può guardare molto meglio la televi-

sione. È un mezzo potentissimo, ma essere preparati aiuta a fruirne meglio.

Il secondo concetto è che la televisione può fare due cose, sempre a partire e usando i libri come punto di partenza, come trampolino, come base. La prima è appunto quella di completare un'informazione quando è incompleta e la seconda, ancora più onesta, può essere quella di rendersi conto e di informare l'ascoltatore su quanto l'informazione è incompleta e su quanto ci manca per ottenere la completezza.

Un esempio molto semplice è proprio di questi giorni. È un qualcosa che mi è venuto in mente e che mi sarebbe piaciuto sentir dire in televisione, quando, a seguito dei fatti atroci che sono successi a Parigi, abbiamo sentito parlare persone rappresentanti della religione musulmana e degli imam. Quanti di voi sanno la percentuale di imam – diciamo così – realmente approvati? Come si diventa imam? In che modo una persona assurge a questo titolo? Vi stupirebbe sapere che più dell'80% degli imam presenti sul territorio italiano sono autoproclamati? E che esercitano in garage o posti del genere? La realtà è questa. Mi sarebbe piaciuto che qualcuno mi avesse detto: molte delle persone che con il titolo di imam senti parlare in televisione hanno deciso da sole di essere una guida spirituale a livello religioso.

Quindi: quanto ci manca per raggiungere la completezza dell'informazione è già un'informazione. Già il sapere che siamo molto lontani dal sapere tutto può essere un'informazione di notevole importanza. In questo senso la televisione fatta da persone preparate, da persone che partono da tante letture, può funzionare in modo secondo me necessario. Perché i tempi diventano veloci; aver letto tanto e avere a disposizione un mezzo che in modo veloce ti dà informazioni e ti dà mancanza di informazioni, ti dà la consapevolezza che ti mancano delle informazioni è secondo me un mezzo irrinunciabile. Per cui le mie parole chiave sono informazione e consapevolezza di quello che si sa.

Lucio Romano. Grazie. Da Malvaldi: consapevolezza e informazione.

Giorgio Bogi. Intervenendo ho ruotato intorno ad un paio di argomenti, potrei ripeterli. Però aggiungo una sorta di provocazione, dico intermediazione.

È chiaro che verso questa attività vi è stata una tensione democratica negativa per il concretarsi, non raramente, intorno ad essa di un potere discreto quando non oscuro, discrezionale, a volte corrotto.

Per brevità, dato il tempo ormai ristretto, il ter-

mine va rivalutato: intermediazione può essere una attività che offre uno sguardo culturale, tecnico-scientifico sull'andamento corrente delle cose e penso che la complessità del mondo moderno la pretenda.

La seconda è completezza, ovviamente tendenziale, nella conoscenza. Credo nel modello di società democratico-liberale, aperta, attenta a seguire la evoluzione della modernità senza contraddire i propri valori, in specie, di libertà e giustizia. Completezza non può ridursi ad una istanza personale, la società deve offrire al cittadino l'opportunità di tendere alla completezza della conoscenza sugli argomenti che sceglie. Il nodo è il rapporto con la realtà: non è conoscibile con l'immediatezza, ma con un atteggiamento culturale.

Lucio Romano. Grazie. Per Bogi: intermediazione e completezza.

*Giulio Giorello. Naturalmente vista l'ora cercherò di essere il più rapido possibile. Bogi nel suo primo intervento ha detto che è declinato l'atteggiamento riflessivo. Quindi l'individuo non guarda più dentro se stesso. Parimenti è declinato anche quello che chiamerei l'atteggiamento relazionale, cioè il rap-

porto con gli altri. La bulimia che è stata prima denunciata nell'informazione, Internet compresa, rete compresa beninteso, è qualcosa che sembra andare contro sia la riflessività che la relazione.

Ma la relazione e la riflessività sono due facce della stessa medaglia. È questo il punto di fondo. E per questo che il libro è così virtuoso e così importante. Virtuoso beninteso nel senso di Machiavelli, cioè che mette gli individui in relazione e dà agli individui maggiore consapevolezza nell'azione. Questo il libro l'ha fatto prima ancora di essere il libro che conosciamo noi. L'ha fatto fin dai tempi in cui i Babilonesi scrivevano le loro leggi sulle mura della città perché tutti potessero vederle. Portarsi la tavoletta incerata in tasca è più comodo.

Questa è la ragione che mi fa sperare che anche nell'età della rete il libro non dico sopravvivrà, ma si arricchirà, potrebbe arricchirsi maggiormente. Naturalmente io aggiungerei una cosa: cos'è un libro se non ha delle belle figure? Aveva ragione *Alice* di Lewis Carroll, esperta in non compleanni, non in compleanni: ce ne sono molti di più di non compleanni, come è ovvio, che tutti possono festeggiare – tranne qualche piccola eccezione come si diceva prima. La cosa interessante è che tutto quello che è icona può diventare uno strumento di comprensione a fianco

della parola e in questa direzione penso che noi dovremmo procedere.

Ha detto molto bene prima Giovanni Valentini: il problema della scuola non va mai dimenticato. La scuola di ogni ordine e grado, dalle elementari fino agli istituti post universitari, è il punto in cui potrebbe diventare ottimale lo scenario di riflessione e di relazione, sempre che si adotti appunto il gusto della molteplicità dei punti di vista. Quello che Malvaldi trova persino nella visione delle partite di calcio, io lo trovavo nelle ricostruzioni virtuali di capolavori perduti. Ma c'è un mucchio di altri esempi che si potrebbero fare.

Allora il servizio pubblico è fondamentale, a mio avviso almeno, sia nella scuola sia nella radio e nella televisione non perché si pensi che non ci sia il diritto dei privati di farsi le loro scuole o le loro televisioni o le loro radio, ma perché il servizio pubblico è un esperimento insieme agli altri e dovrebbe essere quell'esperimento che rompe la routine, l'abitudine, la schiavitù al già detto o nel senso delle contrapposizioni da comizio che raccontava prima Malvaldi o, sempre per citare Malvaldi, stavolta scritto e non parlato, quando dice che i politici nel giornale di oggi ci spiegano quello che è accaduto ieri ma mai che abbiano consapevolezza di cosa fare adesso o di pre-

vedere, guarda caso, quello che potrebbe succedere domani.

Rompere con questa abitudine vuol dire fare esperimenti e io ritengo che il servizio pubblico debba essere un esperimento che, al contrario di quelli privati – determinati da un gioco di investimenti e giustamente anche ristretto – debba avere il respiro della grande operazione che riguarda l'educazione delle persone. Non sto dicendo niente di diverso da quello che diceva un liberista come Adam Smith ne *La ricchezza delle nazioni* a proposito dell'informazione, dei giornali e a proposito delle strutture scolastiche. Non sto dicendo niente di più di questo.

Due parole chiave io sottolineerei. La prima è relazione o meglio condivisione (una bella parola condividere), come ha detto prima Marino Sinibaldi, perché se noi condividiamo della cultura non è come se noi condividessimo una quantità di dollari, perché quelli che spendo io sono quelli che non spendi più tu. Nella cultura, la mia parte di cultura contribuisce con la tua parte di cultura. La cultura si accresce sotto questo profilo. Direi: condivisione ed esperimento. L'esperimento è qualcosa che nella scienza è ben noto, che si può fare e si fa, poi di fatto, anche nella politica migliore talvolta, là dove c'è; e infine fa parte dell'esperimento anche un certo uso intelligente del libro.

Chiudo con questo esempio, a proposito dei fatti di Parigi che anche prima Malvaldi evocava: da una parte non sappiamo chi sono loro, cioè gli imam, da dove saltano fuori e come vengono consacrati, dall'altro dobbiamo domandarci se sappiamo bene chi siamo noi, perché ricordo un bellissimo libro di André Glucksmann, pubblicato in Italia da Longanesi su iniziativa di Spagnol, che si chiamava *L'undicesimo comandamento*. L'undicesimo comandamento è questo: quando ti trovi di fronte l'oppressione, la tirannia, l'aggressione degli altri, il pericolo, guarda a quello che hai dentro di te, guarda se queste stesse cose non le hai fatte tu o non hai pensato che fosse magari opportuno farle nella tua storia.

Se noi andiamo a vedere quanta intolleranza, quanta tirannia, quanta pulsione al martirio degli altri oltre che di se stessi c'è stata nella tradizione del nostro Occidente, riusciamo anche a essere meglio preparati a resistere alle minacce che ci vengono da fuori. L'esempio del libro di André Glucksmann è un bell'esempio dell'esperimento che può essere innescato da un libro e arrivare a impostare i problemi, per esempio, nella scuola. Possibile che non ci siano degli studenti che leggono i giornali e dicano: "Signor maestro, cosa sta succedendo a Parigi o cosa sta succedendo nel Mali?" (perché non è che nel Mali non siano

esseri umani). Perché ci può essere un bel chiarimento anche in televisione, senza dar condanne o straparlare di conflitti di civiltà, ma vedendo invece quali sono i conflitti reali e quali sono le poste in gioco. Questa è la mia speranza: esperimento e condivisione.

Lucio Romano. Grazie. Da Giorello: condivisione ed esperimento.

A conclusione del seminario, credo di poter attestare che proprio la condivisione ha contraddistinto il nostro dialogo di oggi, l'incontrarsi e il confrontarsi. Una condivisione di fini, quale quelli di poter costruire percorsi comunitari di sviluppo sociale e, pertanto, politici. Nell'ascolto dell'altro si costruisce un sentire, auspicabilmente comunitario, in cui però non si annullano singolarità e individualità. Grazie ancora a tutti i relatori, che hanno coniugato con distinta sensibilità saperi e competenze, linguaggi e storie. Grazie a ognuno dei presenti, per convinta partecipazione e interessato ascolto.